

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



六福集團(國際)有限公司

LUK FOOK HOLDINGS (INTERNATIONAL) LIMITED

(於百慕達註冊成立之有限公司)
(Incorporated in Bermuda with Limited Liability)
Stock Code 股份代號 : 0590

截至 2026 年 3 月 31 日止財政年度第一季度之零售銷售表現⁽¹⁾

摘要

- 在有效的品牌推廣及產品差異化策略下，集團第一季度⁽²⁾各個市場表現皆持續改善
- 內地市場表現亮麗，其零售值⁽³⁾及零售收入⁽⁴⁾分別升 14%及 31%，同店銷售⁽⁵⁾為+19%
- 香港、澳門及海外市場止跌回升，零售值及零售收入分別升 9%及 8%；其同店銷售升 3%，其中海外市場升近兩成
- 集團定價首飾產品的同店銷售升近兩成，其中定價黃金產品更見 73%增長，因此定價黃金產品的零售值佔比上升 5 個百分點至 17%
- 集團第一季淨減少店舖 125 間

	集團整體	香港、澳門及海外	內地
零售值	+13%	+9%	+14%
產品佔比：	黃金及鉑金 ⁽⁶⁾ : 76% 定價首飾 : 24%	黃金及鉑金 : 68% 定價首飾 : 32%	黃金及鉑金 : 78% 定價首飾 : 22%
零售收入	+14%	+8%	+31%
同店銷售	+5%	+3%	+19%
店舖數目	3,162	111	3,051

備註：

⁽¹⁾ 零售銷售數據已包含集團完成收購金至尊集團後的零售銷售數據

⁽²⁾ 第一季度：往後稱為「第一季」、「季內」或「本季」，涵蓋 4 月 1 日至 6 月 30 日期間

⁽³⁾ 零售值按自營店、品牌店及電子商務業務平台向顧客銷售產品的最終零售價計算

⁽⁴⁾ 零售收入包括自營店及電子商務業務的銷售金額

⁽⁵⁾ 同店銷售為同一間自營店於可比較期內有完整日營運的銷售比較，有關數據不包括品牌店及電子商務業務的銷售

⁽⁶⁾ 黃金及鉑金是指根據國際市場價格按重量出售的黃金及鉑金產品（即非定價）

六福集團（國際）有限公司（「本公司」）及其附屬公司（「本集團」）公佈截至2026年3月31日止財政年度（「2026財年」）第一季，涵蓋2025年4月1日至2025年6月30日期間，有關本集團之零售銷售表現。

集團整體

	2026 財年第一季 比對 2025 財年第一季	2025 財年第四季 比對 2024 財年第四季	2025 財年第一季 比對 2024 財年第一季
零售值 - 按年計			
整體	+13%	-2%	-18%
零售值 - 產品佔比			
	2026 財年第一季	2025 財年第四季	2025 財年第一季
• 黃金及鉑金	76%	77%	78%
• 定價首飾	24%	23%	22%
- 鑽石	4%	3%	5%
- 定價黃金	17%	17%	12%
零售收入 - 按年計			
整體	+14%	-1%	-23%
同店銷售			
整體	+5%	-10%	-34%
• 黃金	-	-17%	-33%
- 黃金 (重量)	-27%	-39%	-44%
• 定價首飾	+19%	+12%	-36%
- 鑽石	-17%	-36%	-52%
- 定價黃金	+73%	+79%	-7%

本集團的各個市場表現持續改善，疊加低基數效應，第一季整體零售銷售表現理想。

集團 2026 財年第一季整體零售值（含自營店、品牌店及電子商務業務）及零售收入（含自營店及電子商務業務）扭轉跌勢至雙位數增長，分別按年升 13%及 14%。值得一提的是定價黃金產品的零售值佔比由去年同期的 12%上升至第一季的 17%。

集團季內整體同店銷售亦轉負為正至+5%。雖然季內國際平均金價（每盎司兌美元）按年升約四成，按重量計價的黃金產品的同店銷售仍大幅改善至持平。定價首飾產品的同店銷售更承接上季升勢，本季進一步提升至+19%，其中定價黃金產品同店銷售升 73%，鑽石產品的跌幅則收窄至 17%。

季內人民幣兌港元平均匯率按年跌 0.4%。

中國香港特別行政區⁽⁷⁾、中國澳門特別行政區⁽⁸⁾及海外市場

	2026 財年第一季 比對 2025 財年第一季	2025 財年第四季 比對 2024 財年第四季	2025 財年第一季 比對 2024 財年第一季
零售值 - 按年計			
整體	+9%	-7%	-26%
零售值 - 產品佔比			
	2026 財年第一季	2025 財年第四季	2025 財年第一季
• 黃金及鉑金	68%	69%	73%
• 定價首飾	32%	31%	27%
- 鑽石	8%	7%	10%
- 定價黃金	19%	20%	11%
零售收入 - 按年計			
整體	+8%	-8%	-28%
同店銷售			
整體	+3%	-12%	-34%
• 黃金	-4%	-20%	-34%
- 黃金(重量)	-30%	-41%	-45%
• 定價首飾	+19%	+12%	-36%
- 鑽石	-17%	-37%	-52%
- 定價黃金	+74%	+82%	-5%

在業務進一步改善及低基數效應下，本集團香港、澳門及海外市場第一季的零售值（含自營店、品牌店及電子商務業務）及零售收入（含自營店及電子商務業務）轉負為正，按年分別升 9%及 8%，定價首飾產品零售值佔比從去年的 27%提升至 32%，其中定價黃金產品的佔比由去年同期的 11%上升至本季的 19%。

港澳及海外市場整體同店銷售亦轉跌為升，由上一季的-12%改善至+3%，其中香港的同店銷售為+1%，澳門為-1%，海外市場為+20%。

港澳及海外市場的黃金產品的同店銷售跌幅則大幅收窄至-4%。另一方面，定價首飾產品的同店銷售延續升勢，由上季的+12%提升至本季的+19%，其中定價黃金產品更大升 74%。

港澳及海外市場的黃金產品的平均售價由去年同期的 12,200 港元上升 21%至本季的 14,900 港元，而定價首飾產品亦由去年的 5,400 港元上升 22%至 6,600 港元，其中定價黃金產品更由去年的 3,600 港元上升 62%至 5,800 港元。

備註：

⁽⁷⁾ 中國香港特別行政區：往後稱為「香港」

⁽⁸⁾ 中國澳門特別行政區：往後稱為「澳門」

中國內地⁽⁹⁾市場

	2026 財年第一季 比對 2025 財年第一季	2025 財年第四季 比對 2024 財年第四季	2025 財年第一季 比對 2024 財年第一季
零售值 - 按年計			
整體	+14%	+1%	-13%
零售值 - 產品佔比			
	2026 財年第一季	2025 財年第四季	2025 財年第一季
• 黃金及鉑金	78%	79%	79%
• 定價首飾	22%	21%	21%
- 鑽石	3%	2%	4%
- 定價黃金	16%	16%	12%
零售收入 - 按年計			
整體	+31%	+20%	-3%
電子商務業務銷售額			
整體	+21%	+11%	-12%
• 黃金	+14%	+9%	-12%
• 定價首飾	+55%	+10%	-13%
同店銷售			
整體	+19%	+2%	-24%
• 黃金	+20%	+1%	-19%
- 黃金(重量)	-12%	-26%	-36%
• 定價首飾	+16%	+14%	-41%
- 鑽石	-13%	-25%	-51%
- 定價黃金	+69%	+51%	-34%

內地市場各銷售數據亦全面改善。第一季整體零售值(含自營店、品牌店及電子商務業務)按年升 14%，其中黃金產品的零售值升 12%，定價首飾產品則升 21%。定價首飾產品中的定價黃金產品零售值升幅為 54%，而鑽石產品則跌 20%。值得一提的是，定價黃金產品的零售值佔比由去年同期的 12% 上升至本季的 16%。

第一季內地零售收入(含自營店及電子商務業務)按年升31%，而內地電子商務業務第一季銷售額亦按年升21%。

內地自營店的整體同店銷售進一步提升至+19%。黃金產品的同店銷售亦由上季的持平改善至+20%，而定價首飾產品則見16%的升幅，其中定價黃金產品更大幅上升69%。

佔內地店舖總數約 94%的品牌店於季內同店銷售增長為 18%，其中黃金產品及定價首飾產品分別上升 15%及 25%，定價首飾產品中的定價黃金產品升 58%，而鑽石產品則跌 14%。

內地市場的黃金產品平均售價(包含增值稅)與去年同期持平，而定價首飾產品則由去年的人民幣 1,900 元上升 6%至人民幣 2,000 元，其中定價黃金產品由去年的人民幣 1,100 元上升 44%至人民幣 1,600 元。

備註：

⁽⁹⁾ 中國內地：往後稱為「內地」

店舖數目

於 2025 年 6 月 30 日，集團全球共有 3,162 間店舖，於第一季淨減少 125 間店舖。

本集團全球共有 157 間「六福珠寶」自營店，包括 72 間設於內地、50 間設於香港、18 間設於澳門及 17 間設於海外。於上述日期，連同 2,516 間內地及 15 間海外品牌店，本集團在世界各地合共設有 2,688 間「六福珠寶」店舖。

除此之外，本集團全球共有 111 間「金至尊」自營店，包括 104 間設於內地及 7 間設於香港。於上述日期，連同 118 間內地及 1 間海外品牌店，本集團在世界各地合共設有 230 間「金至尊」店舖。本集團截至 2025 年 6 月 30 日止的全球分銷網絡詳情如下：

全球分銷網絡

	國家及地區	主品牌/副品牌/產品線	2026 財年 第一季之變動	於 2025 年 6 月 30 日
自營店	內地	• 六福珠寶	-2	72
		• 金至尊	+5	104
		• Goldstyle	-	1
		• 六福精品廊	+1	8
		• 福滿傳家	-1	11
	小計		+3	196
	香港	• 六福珠寶	-1	50
		• 金至尊	-	7
	澳門	• 六福珠寶	-	18
		• 六福精品廊	-	1
		• 金至尊	-	-
	海外	• 六福珠寶	+1	17
		• 六福精品廊	-	1
	小計		-	94
總計		+3	290	
品牌店	內地	• 六福珠寶	-117	2,516
		• 金至尊	-14	118
		• Goldstyle	-3	23
		• 六福精品廊	+1	31
		• 福滿傳家	+3	151
	小計		-130	2,839
	海外	• 六福珠寶	+2	15
		• 金至尊	-	1
小計		+2	16	
總計		-128	2,855	
專門店	內地	• Love LUKFOOK JEWELLERY	-1	16
	海外		+1	1
	小計		-	17
總計		-	17	
全球總計		-125	3,162	

按品牌	六福珠寶	小計	-117	2,688
	金至尊	小計	-9	230
	其他副品牌/產品線	小計	+1	244

按地區	內地	小計	-128	3,051
	香港	小計	-1	57
	澳門	小計	-	19
	海外	小計	+4	35

展望

金價急升雖然會影響銷售，但毛利率的提升將有助減低銷售下跌的影響。觀乎近期的業務改善，顯示消費者已逐漸適應高金價，黃金銷售有望回復正常。此外，隨著珠寶工藝技術蓬勃發展，本集團會繼續積極推廣定價黃金產品及鑽石鑲嵌足金定價產品。鑑於近期鑽石產品銷售漸見改善，集團亦會調整產品及推廣策略以提升 18k 金鑽石鑲嵌產品的表現。

美國關稅政策持續影響全球經濟，中美關係緊張，內地政府正著力構建「雙循環」戰略佈局，大力促進內需和推出多項政策扶持樓市及資本市場。本集團因此對於內地中長線業務前景仍感審慎樂觀，未來仍將會擴展內地市場。此外，本集團看好海外市場的龐大發展潛力，因此將投放更多資源積極拓展海外市場，並計劃於本財年在海外市場淨增長約 20 間店舖。

謹慎性陳述

本公司董事會謹此提醒投資者，上述的營運數據乃按本公司未經核數師審核的內部記錄作出。籲請股東及潛在投資者在買賣本公司股份時務必小心謹慎。

承董事會命
六福集團（國際）有限公司
主席兼行政總裁
黃偉常

香港，2025 年 7 月 17 日

於本公告日期，本公司的執行董事為黃偉常先生（主席兼行政總裁）、黃浩龍先生（副主席）、黃蘭詩女士、王巧陽女士及陳素娟博士；非執行董事為謝滿全先生、許照中太平紳士及李漢雄 BBS, MH 太平紳士；獨立非執行董事為葉澍堃 GBS 太平紳士、麥永森先生、黃汝璞太平紳士及許競威先生。